

Las redes sociales como herramienta de comunicación estratégica de las Fuerzas de Defensa de Israel durante la operación Pilar Defensivo en Gaza

*Enrique Fojón Chamorro, Adolfo Hernández Llorente y Guillem Colom Piella**

Tema: Durante la operación Pilar Defensivo en Gaza, tanto las Fuerzas de Defensa de Israel como Hamás han aprovechado el potencial de los medios de comunicación digitales para influir en la percepción del conflicto.

Resumen: Tras perder la “batalla de las narraciones” en los conflictos del Líbano (2006) y Gaza (2008-09), las Fuerzas de Defensa de Israel (FDI) se vieron obligadas a replantear sus métodos y herramientas de comunicación estratégica. En la operación Pilar Defensivo de noviembre de 2012 Israel explotó el potencial de los medios de comunicación digitales –especialmente las redes sociales, las plataformas multimedia y los *blogs*– para informar de sus acciones y alterar la percepción pública del conflicto. Este ARI describirá el empleo de las redes sociales por parte de Israel y Hamás durante la operación Pilar Defensivo para influir en la percepción de las acciones militares sobre sus audiencias potenciales.

Análisis:

Introducción

El ciberespacio y la información se han convertido en las más recientes dimensiones – además de la terrestre, marítima, aérea y espacial– del entorno en el que se desarrollan las operaciones militares. La comunicación estratégica se encuentra entre las doctrinas, conceptos y capacidades que se están adoptando para apoyar la conducción de operaciones militares en estos dominios. Considerada como una capacidad militar con entidad propia o el marco general en el que pueden realizarse las actividades informativas y psicológicas, la comunicación estratégica se define como un proceso enfocado a la obtención de opiniones favorables a los objetivos del actor mediante el empleo de acciones informativas claras, concisas y coordinadas en todos los niveles de la organización. Las redes sociales se incluyen entre los medios que la comunicación

* *Enrique Fojón Chamorro, Ingeniero superior en informática y miembro del Spanish Cyber Security Institute del ISMS Forum Spain.*

Adolfo Hernández Llorente, Ingeniero superior en informática y gerente de seguridad de la información en Ecix Group.

Guillem Colom Piella, Doctor en seguridad Internacional y profesor del área de Ciencia Política de la Universidad Pablo de Olavide.

estratégica tiene a su disposición y que constituyen un arma informativa novedosa, eficaz y, también, controvertida.

Desde hace algunos años Israel también está desarrollando su propia concepción de comunicación estratégica para apoyar sus acciones militares y evitar los errores del pasado. Aunque tradicionalmente el país nunca ha prestado excesiva atención a los asuntos de diplomacia pública y política informativa, comenzó a hacerlo cuando la Comisión Vinograd –encargada de depurar responsabilidades y proponer medidas para evitar la repetición de los errores cometidos durante la operación Recompensa Justa de verano de 2006 en Líbano– concluyó que la deficiente gestión informativa llevada a cabo por el gobierno y las Fuerzas de Defensa de Israel (FDI) contribuyeron a que tanto la opinión pública doméstica como la internacional calificaran esta operación como un fracaso israelí a pesar de haber alcanzado el grueso de sus objetivos estratégicos frente a Hezbolá.

Aunque esta Comisión propuso introducir profundos cambios en la política de comunicación del gobierno y de las fuerzas armadas israelíes, la operación Plomo Fundido de invierno de 2008-09 supuso un nuevo revés en la comunicación estratégica del país. De hecho, tanto la forma en que se desarrolló esta operación –una de las más violentas en décadas– como las protestas que irrumpieron en las redes sociales contribuyeron a radicalizar la visión maniquea del Estado israelí como opresor frente a la visión del pueblo palestino como oprimido instalada en un amplio sector de la opinión pública internacional. Israel perdió nuevamente la batalla de la opinión pública, se redujeron sus apoyos internacionales y muchos de sus antiguos aliados empezaron a cuestionar abiertamente sus operaciones militares.

Como consecuencia de las lecciones aprendidas de la operación Plomo Fundido y valiéndose tanto de las herramientas tradicionales como de las capacidades y servicios que ofrecen los medios de comunicación de masas digitales (redes sociales, *blogs* o plataformas multimedia en red), el gobierno israelí emprendió el desarrollo de una nueva política de comunicación estratégica que ha tenido su prueba de fuego en la operación Pilar Defensivo. Realizada entre los días 14 y 21 de noviembre de 2012 en la Franja de Gaza, esta operación pretendía detener el lanzamiento de cohetes hacia territorio israelí y debilitar militarmente a Hamás. Además de la ofensiva bélica, política y diplomática, Jerusalén no sólo aplicó una agresiva política informativa valiéndose del poder informal de las redes sociales; sino que también controló la información digital que se generaba sobre la operación mediante la monitorización de Internet y censurando de manera selectiva aquellas informaciones u opiniones que podían amenazar la consecución de sus objetivos estratégicos.

Por el contrario, Hamás no mejoró significativamente su capacidad de comunicación estratégica propia aunque volvió a contar con la colaboración que le prestan sus apoyos externos, entre los que se halla un importante sector de la opinión pública global, un nutrido número de grupos de comunicación occidentales y del grupo de “hacktivistas” Anonymous.¹ Como resultado de este apoyo, el ciberespacio israelí sufrió un asedio virtual sin precedentes durante los ocho días que duró la operación: más de 44 millones

¹ *Anonymous* es el pseudónimo empleado mundialmente por diferentes grupos e individuos que, con un variable nivel de coordinación, realizan en nombre de esta organización una amplia gama de acciones, la mayoría de ellas a través de Internet. Sus principales sitios *web* son <http://anonplus.com> y <http://www.anonops.net>.

de ciberataques, la mayoría procedentes de servidores localizados en territorio europeo o estadounidense.² Su repercusión fue limitada y las FDI bloquearon la mayor parte de los ataques cibernéticos gracias a las capacidades que Israel ha adquirido en materia de ciberdefensa y que son el resultado de la importante inversión que se viene realizando desde hace varios años en este campo (además de las FDI, el Mossad y el Shabak también disponen de unidades especializadas en ciberdefensa, pero el organismo más representativo es la unidad 8.200 de la Dirección de Inteligencia Militar).

El empleo de las redes sociales por parte de las Fuerzas de Defensa israelíes

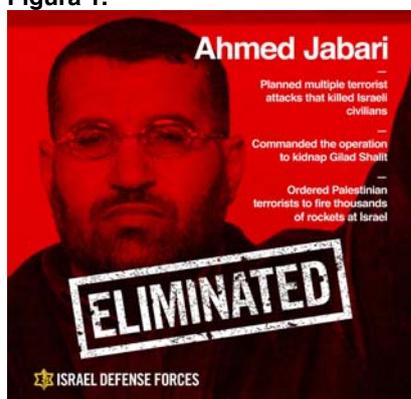
La provisión de información selectiva y el intento de manipulación informativa fueron una constante desde el inicio de la campaña por parte de ambos bandos para controlar de forma coactiva o persuasiva los medios digitales. Mediante el empleo de las redes sociales, las FDI condujeron antes, durante y después de la operación Pilar Defensivo una campaña de comunicación estratégica planificada, coordinada, fluida, precisa y eficaz. Ya entre 2010 y 2012, las FDI incrementaron su presencia virtual mediante una importante mejora de su página *web* oficial y la apertura de canales en las redes sociales, bitácoras y plataformas multimedia *online* más populares –Twitter, Facebook, Youtube y Flickr– para presentar sus actividades más relevantes y sus labores habituales traducidas a distintos idiomas, como el hebreo, árabe, inglés, francés y español. Entre los principales medios digitales empleados por las FDI para su comunicación estratégica se encuentran su página *web* oficial (www.idf.il), su *blog* (www.idfblog.com), redes sociales como Facebook (<http://www.facebook.com/idfonline>) y Twitter (<http://twitter.com/idfspokesperson>) y en las plataformas de divulgación de contenido multimedia como los canales propios en Youtube (www.youtube.com/user/idfnadesk) y Flickr (www.flickr.com/photos/idfonline). Durante la operación Pilar Defensivo, las FDI intensificaron el empleo de estos medios para conseguir tres objetivos: (1) informar al pueblo israelí y a la comunidad internacional sobre los motivos y el desarrollo de la operación; (2) ejercer una disuasión efectiva sobre sus adversarios; y (3) ejecutar una campaña de propaganda y contra-propaganda.

Para informar al pueblo israelí y a la comunidad internacional sobre los motivos y el desarrollo de la operación, las FDI informaban periódicamente sobre todos los detalles relevantes de la campaña, tales como la identificación clara e inequívoca del adversario, los motivos por los que se había iniciado la operación y los objetivos y la evolución de la operación militar. De esta forma, se trataba de reducir en lo posible la clásica simplificación de que Israel ataca al pueblo palestino, que tanto daño había causado a la imagen y credibilidad del gobierno israelí. Durante la operación Pilar Defensivo se transmitieron mensajes claros e inequívocos sobre la identidad de su enemigo: la organización Hamás en lugar del pueblo palestino. Ejemplos de ello pueden ser el *tweet* escrito el 14 de noviembre por el portavoz de las FDI (@IDFSpokeperson) sobre la eliminación de Ahmed Al-Jabari, líder de las Brigadas Al-Qassam, y la infografía que muestra su fotografía con la palabra “eliminado” y una relación de sus crímenes.

The first target, hit minutes ago, was Ahmed al-Jabari, head of the #Hamás military wing (idfblog.com/2012/11/14/idf...).

² Véanse Jennifer O’Mahony (2012), “Gaza Conflict: Anonymous Hackers Target Israel”, *The Daily Telegraph*, 19/XI/2012, www.telegraph.co.uk/technology/news/9687439/Gaza-conflict-Anonymous-hackers-target-Israel.html; y Ben Quinn (2012), “Hackers Launch Assault on Israeli Government Websites”, *The Guardian*, 19/XI/2012, www.guardian.co.uk/world/2012/nov/19/hackers-target-israeli-websites.

Figura 1.

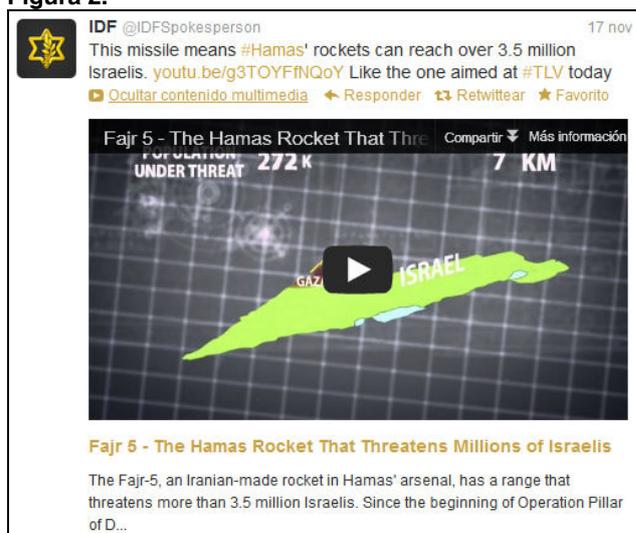


Para justificar la operación, ya durante las semanas anteriores al comienzo de la contienda, las FDI informaron diariamente de la caída de cohetes en territorio israelí procedentes de la franja de Gaza. Igualmente, alertaron de las capacidades bélicas de Hamás para hacer daño a la población mediante sus cohetes M-75 de manufactura local y sus movimientos para hacerse con misiles Fajr-3 y Fajr-5 de fabricación y procedencia iraní para alcanzar cualquier punto de la geografía israelí. Ello puede observarse en los siguientes dos *tweets* informativos y en el mensaje con contenido multimedia que describe las capacidades de estos cohetes.

Since last night, 57 rockets fired from #Gaza hit #Israel. Children living in the Gaza envelope are staying home today. #LifeUnderFire (tweet escrito el 11/XI/2012 por el portavoz de las FDI).

Terrorist groups in #Gaza have been firing rockets at Israelis for more than a decade. In last 12 years, over 12,000 rockets hit #Israel (tweet escrito el 17/XI/2012 por el portavoz de las FDI).

Figura 2.



La comunicación estratégica también definió de forma sistemática los objetivos de la operación, basados éstos en la protección de la población israelí y el debilitamiento de las infraestructuras terroristas en la Franja de Gaza. Ello queda reflejado en el *tweet* escrito el 14 de noviembre por el portavoz de las FDI:

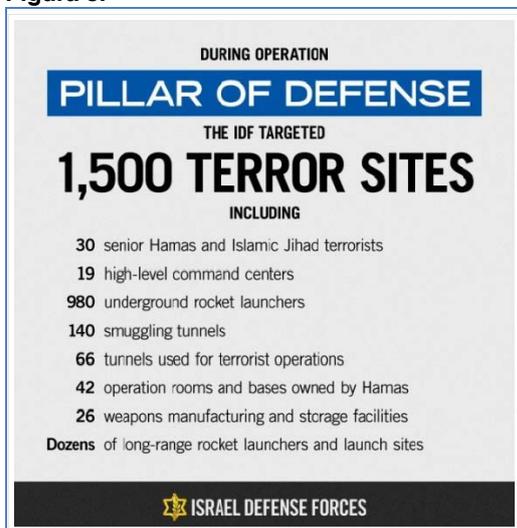
There are 2 main goals of this IDF operation: to protect Israeli civilians and to cripple the terrorist infrastructure in the #Gaza Strip.

Otro de los elementos de la comunicación fue el seguimiento de las operaciones militares mediante la información periódica de los ataques sufridos en territorio israelí, así como de los ataques lanzados contra la franja de Gaza, incluyendo los objetivos propios y enemigos alcanzados durante los ataques y el número de víctimas sufridas entre la población civil israelí y miembros de las FDI. Además de los numerosos *tweets* informativos, entre los que se encuentran dos mensajes representativos del día 18 de noviembre que se adjuntan, también se publicaron infografías que enumeraban los objetivos alcanzados durante la operación en los perfiles de Twitter o Facebook o en la bitácora de las FDI.

Some numbers from the last 4 days: 544 rockets fired from #Gaza hit #Israel + 302 Iron Dome interceptions = 846 rockets fired at us.

Minutes ago, the IDF targeted the site in #Gaza from where the rocket was fired at Tel Aviv.

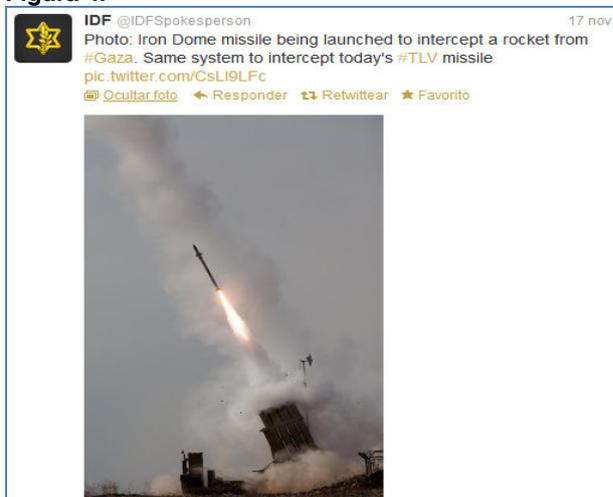
Figura 3.



Las FDI también han compartido numeroso material gráfico con el fin de ejercer una disuasión efectiva sobre sus adversarios, bien revelando las estimaciones de inteligencia y la situación de los objetivos militares de Hamás, bien mostrando sus capacidades militares (especialmente, la solidez y eficacia del escudo antimisiles Iron Dome y revelando la determinación por desplegar el sistema de largo alcance Magic Wand) o exhibiendo su implacable capacidad de mando y control, fundamentada ésta en un conocimiento actualizado y preciso de la situación táctica de la campaña. A tal efecto, obsérvese el siguiente *tweet* con la imagen del Iron Dome en funcionamiento o los

numerosos videos que las FDI colgaron en su canal de Youtube exhibiendo la destrucción de los cohetes atacantes.

Figura 4.



Dentro de las campañas de propaganda y contrapropaganda, las FDI han intentado desacreditar a Hamás mediante operaciones de información que, apoyadas por material gráfico procedente de fuentes de inteligencia, mostraban cómo esta organización realizaba sus ataques desde zonas cercanas a núcleos de población o con gran afluencia de civiles palestinos, como mezquitas, escuelas o edificios gubernamentales, o cómo entorpecía la entrada de ayuda humanitaria procedente de Israel hacia la Franja de Gaza. A modo de ejemplo, obsérvense los siguientes *tweets*, los dos primeros exponiendo con claridad el mensaje –la estrategia empleada por Hamás y la provisión israelí de ayuda humanitaria– y un tercero, que contiene un video que muestra un ataque de precisión contra una batería de cohetes situada en las inmediaciones de una mezquita.

Hamas' strategy is simple: Use civilians as human shields. Fire rockets from residential areas. Store weapons in mosques. Hide in hospitals.

Fact: We coordinated the transfer of 124 trucks of goods & gas to #Gaza today, including medical supplies and dairy products.

Figura 5.



Asimismo, Israel ha tratado de crear un vínculo de aprobación social internacional mediante la justificación del empleo de la fuerza armada como un método de autodefensa lícito y proporcional, así como por la determinación del país por limitar las bajas civiles palestinas mediante alertas a la población, la cancelación de bombardeos o ataques de precisión (Figuras 6, 7 y 8). Finalmente, Israel también ha realizado acciones de contra-propaganda mediante el empleo de técnicas de minería de datos e imágenes por Internet. Ello ha permitido rebatir varias acusaciones de Hamás que, basadas en la utilización de fotografías de otros conflictos, pretendían mostrar la destrucción perpetrada por los ataques israelíes y bajas civiles palestinas durante la operación (Figura 9).

Figura 6. Gráfico ilustrando la proporción de ciudadanos israelíes viviendo bajo el alcance de los misiles de Hamás

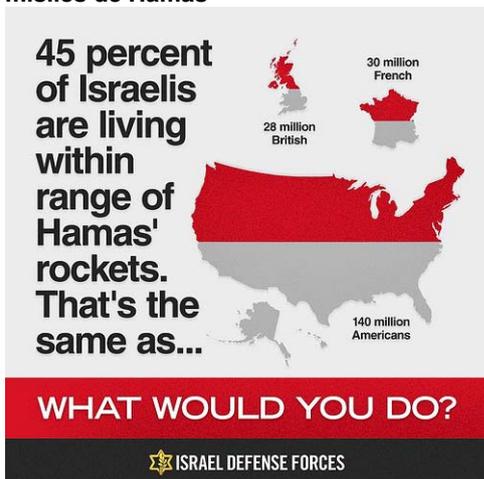


Figura 7. Gráfico que realiza un llamamiento a la empatía en el uso de la fuerza en el conflicto



Figura 8. Infografía explicativa de las acciones realizadas por Israel para minimizar los daños colaterales frente a las no realizadas por Hamás

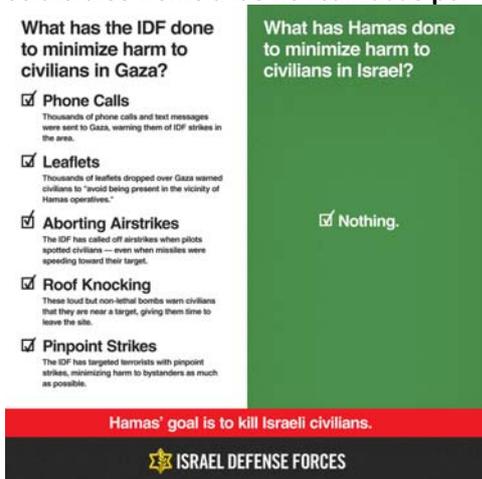


Figura 9. Fotografía del conflicto sirio utilizado por Hamás para denunciar los efectos de los ataques israelíes durante la operación Pilar Defensivo



El uso de las redes sociales por parte de Hamás y sus simpatizantes

Las Brigadas de al-Qassam, como brazo militar de Hamás, también han empleado las redes sociales, especialmente Twitter y Youtube, con un estilo propio: denominando a la operación como Pizarra de Piedra en referencia a un pasaje del Corán que describe el ataque etíope a la Meca del año 570 y empleando como *hashtag* #GazaUnderAttack o #Gaza en lugar de #PillarOfDefense de las FDI. Las emplearon para transmitir sus mensajes sobre los ataques lanzados y sufridos durante la operación Pilar Defensivo, proferir amenazas contra Israel y distribuir abundante material gráfico –la mayoría del cual se ha censurado antes o después de la operación por los administradores de las redes sociales debido a su inusual crudeza– para denunciar los efectos de los ataques israelíes sobre la población palestina. Al igual que las FDI, su campaña comunicativa ha pivotado sobre tres ejes: (1) información, detallando el desarrollo de la contienda y los sucesos más relevantes; (2) disuasión, mostrando sus capacidades bélicas (especialmente, el potencial de los nuevos misiles balísticos); y (3) propaganda o contra-propaganda, señalando los efectos de los ataques israelíes sobre la población palestina y que se ha intensificado tras el alto el fuego.

Entre otros, figura el *tweet* publicado por las Brigadas de al-Qassam el 14 de noviembre tras la eliminación de su líder y dirigido al portavoz de las FDI:

@idfspokeperson Our blessed hands will reach your leaders and soldiers wherever they are (You Opened Hell Gates on Yourselves).

También aparece el mensaje escrito dos días después sobre las capacidades de sus nuevos misiles balísticos M-75, producidos localmente con tecnología iraní y que, a tenor de la infografía empleada (Figura 10), son considerados como los máximos responsables de la “victoria” de Hamás en la contienda:

M75 missile. M stands for Maqadma, former Hamás founder assassinated by Israel in 2003, 75 stands for the range it reaches 75-80km.

Figura 10. Infografía que atribuye a los misiles M-75 un valor decisivo en la victoria frente a Israel



Asimismo, se puede mencionar el *tweet* que acusa a Israel de cometer crímenes de guerra y que se refuerza con fotografías como la de la Figura 11, que muestra, supuestamente, niños muertos por los ataques israelíes.

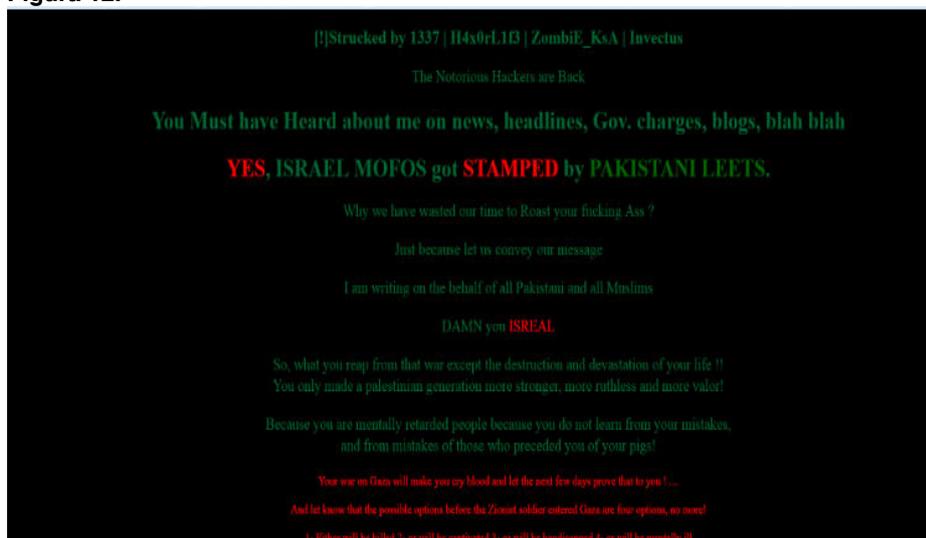
#Israel violates the international and humanitarian law, killing hundreds of #Palestinian civilians, children & women.

Figura 11.



Hamás también ha contado con apoyos externos desde que Israel acabó con la vida de Ahmed al-Jaabari. Numerosos grupos de presión y ciberactivistas como *Anonymous*, anunciaron el lanzamiento de dos campañas coordinadas de ciberataques que, bajo los nombres de #Opsrael y #GazaUnderAttack, se saldaron con el asalto a numerosos sitios *web* israelíes (el listado completo puede hallarse en: <http://pastebin.com/Ms4nJSZx>). La mayoría de los ataques se realizaron a través de cambios intencionados en la página *web* (*defacements*) como el que figura a continuación y que mostraba una imagen de Gaza en llamas y un mensaje que rezaba: “¡Dejad de bombardear Gaza! Millones de israelíes están despiertos, impresionados y aterrorizados. Hemos reducido vuestro nivel de seguridad y vigilancia por sitio *web*”. Sin embargo, la robustez de las ciberdefensas israelíes permitió resolver estos ciberataques con gran rapidez y sin apenas daños en las redes nacionales.

Figura 12.

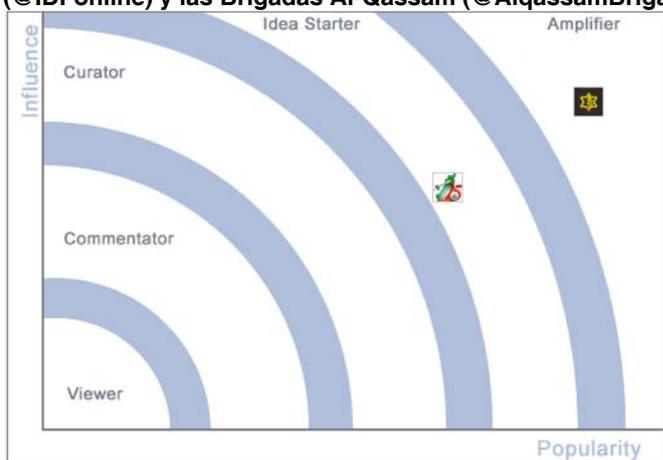


Paralelamente, *Anonymous* también emitió un comunicado a través de su canal de Youtube que declaraba que:

*“Cuando el Gobierno de Israel amenazó públicamente con cortar el acceso a Internet y otras telecomunicaciones dentro y fuera de Gaza, éste cruzó una línea que no debió... Somos ANONYMOUS y NADIE apaga Internet en nuestra zona de control. Solamente advertiremos una vez a las Fuerzas de Defensa Israelíes y al gobierno del país: no apaguen Internet en los “territorios ocupados” y desistan en su campaña de terror contra el pueblo inocente palestino o conoceréis la ira desenfrenada de Anonymous. Y al igual que otros gobiernos malignos que se han enfrentado a nuestra rabia, ustedes no saldrán indemnes”.*³

Aunque tras el alto el fuego el pasado día 21 de noviembre continuaron las acciones informativas, disuasorias y propagandísticas de ambos contendientes, en el plano virtual la campaña parece ganada por Israel. Y es que a pesar de los importantes esfuerzos realizados por Hamás, sus aliados y los defensores de la causa palestina, el impacto y la influencia que las FDI tuvieron en las redes sociales fue significativamente superior al obtenido por las Brigadas de al-Qassam (Figura 13). No obstante, es muy probable que las lecciones identificadas durante este conflicto sirvan para incrementar la capacidad de comunicación estratégica de ambos actores en las redes sociales.

Figura 13. Comparativa de influencia en Twitter entre los perfiles de las Fuerzas de Defensa Israelíes (@IDFonline) y las Brigadas Al-Qassam (@AlqassamBrigade)



Conclusiones: Aunque la naturaleza de la guerra no ha cambiado desde el inicio de los tiempos, los medios y los modos de combatir han experimentado importantes transformaciones. Los avances tecnológicos, los cambios geoestratégicos y la proliferación de adversarios con acceso a capacidades bélicas sofisticadas están propiciando importantes cambios en los tradicionales paradigmas de confrontación.

El empleo de los medios de comunicación digitales y de las redes sociales como herramientas clave en la política de información pública de las FDI y en las actividades propagandísticas de Hamás durante la operación Pilar Defensivo no sólo han puesto de manifiesto el valor que posee el ciberespacio y la información como dimensiones del entorno operativo o el potencial de la comunicación estratégica en los conflictos armados, sino también ha puesto de manifiesto que las capacidades cibernéticas e informativas ya

³ El video que contiene este mensaje puede verse en www.youtube.com/watch?v=KI7svqBVq0U.

están plenamente integradas en el planeamiento y conducción de las operaciones militares.

Si bien el ciberespacio ha potenciado la capacidad táctica de ciertos actores preexistentes en los entornos operativos tradicionales, al mismo tiempo ha establecido un ecosistema favorable que ha conllevado la génesis y aparición de nuevos agentes y grupos de presión con capacidades relevantes. Igualmente, el carácter viral y global de las redes sociales no sólo ha actuado como altavoz de la información y la propaganda de ambos contendientes y ha emplazado el conflicto árabe-israelí en el centro del debate político virtual, sino que también ha contribuido a radicalizar las posiciones de ambos adversarios mediante la transmisión de mensajes antagónicos: por un lado el derecho del Estado de Israel a la seguridad de su territorio nacional así como a su legítima defensa frente a los ataques perpetrados por un grupo terrorista; por otro lado, la naturaleza indiscriminada y desproporcionada de los ataques israelíes sobre la Franja de Gaza. En definitiva, la operación Pilar Defensivo ha demostrado que las redes sociales son unas herramientas efectivas para la comunicación estratégica y, por tanto, para el ejercicio de poder por parte de Estados y de actores no-estatales.

Enrique Fojón Chamorro

Ingeniero superior en informática y miembro del Spanish Cyber Security Institute del ISMS Forum Spain. Efojonc[arroba]gmail.com

Adolfo Hernández Llorente

Ingeniero superior en informática y gerente de seguridad de la información en Ecix Group. adolfo.hernandez[arroba]ecixgroup.com

Guillem Colom Piella

Doctor en seguridad Internacional y profesor del área de Ciencia Política de la Universidad Pablo de Olavide. Gcolpie[arroba]jupo.es